



**ZAGADNIENIA NA EGZAMIN DYPLOMOWY LICENCJACKI**  
**w roku akademickim 2018/2019**

**INNOWACYJNA GOSPODARKA**  
**INNOWACYJNE PRZEDSIĘBIORSTWO**  
studia pierwszego stopnia  
stacjonarne  
nabór 2016/2017

**Pula kierunkowa**

1. Obowiązki pracodawcy w zapewnieniu bezpiecznych i higienicznych warunków pracy.
2. Niedobór a rzadkość w ekonomii.
3. Koszt alternatywny – istota i przykłady.
4. Pojęcie rynku i istota mechanizmu rynkowego.
5. Rola państwa we współczesnej gospodarce.
6. Prawa autorskie osobiste i prawa autorskie majątkowe.
7. Klasyfikacja procesów informacyjnych.
8. Funkcje pieniądza.
9. Stopa procentowa jako cena pieniądza.
10. Metody oceny efektywności i ryzyka planowanych przedsięwzięć inwestycyjnych.
11. Czynniki determinujące płynność finansową przedsiębiorstwa.
12. Budżet państwa. Konstrukcja, deficyt i nadwyżka budżetowa.
13. Bezrobocie – definicja, klasyfikacje, przyczyny i skutki.
14. Inflacja – definicja, przyczyny, klasyfikacje i skutki gospodarcze.
15. Cykle koniunkturalne – definicja, fazy, rodzaje cykli koniunkturalnych.
16. Zarządzanie i jego funkcje w organizacji.
17. Strategia w zarządzaniu organizacją – istota, rodzaje, zastosowanie.
18. Struktura organizacyjna – definicja, rodzaje.
19. Badanie statystyczne- pojęcie, cel, etapy procesu.
20. Miary statystyczne- istota, klasyfikacje.
21. Czynniki kształtujące jakość produktów innowacyjnych.
22. Transakcja a kontrakt handlowy, rodzaje kontraktów handlowych.
23. Warunki dostaw towarów (Incoterms ®2010) - istota, klasyfikacja i zasady stosowania.
24. Oferta handlowa, istota, wymogi i jej funkcje w transakcji handlowej.
25. Istota, elementy oraz praktyczne znaczenie koncepcji globalnych kosztów logistycznych.
26. Systemy zarządzania treścią (CMS) – rodzaje i zastosowania.
27. Rozwiązania teleinformatyczne wykorzystywane w e-biznesie.
28. Modele e-biznesu.
29. Podobieństwa i różnice pomiędzy orientacją marketingową a sprzedażową.

30. Formy promocji.
31. Istota badań marketingowych.
32. Budowa kwestionariusza jako narzędzia pomiarowego w badaniach ilościowych.
33. Wady i zalety wykorzystania wnioskowania ekonometrycznego.
34. Źródła finansowania majątku przedsiębiorstwa, klasyfikacja i ujęcie bilansowe.
35. Bilans podmiotu gospodarczego jako podstawowe sprawozdanie finansowe.
36. Elementy kształtujące wynik finansowy podmiotu gospodarczego.
37. Strategie innowacyjne przedsiębiorstw.
38. Istota i funkcje prognozowania.
39. Istota i znaczenie norm ISO serii 9000.
40. Istota i znaczenie kompetencji w organizacji.

## **Pula specjalnościowa**

1. Zarządzanie zasobami ludzkimi – istota, cele, funkcje.
2. Rekrutacja pracowników – cele, źródła, etapy.
3. Procedura oceniania pracowników.
4. Zarządzanie zmianą organizacyjną – procedura, skuteczność.
5. Opory ludzi wobec zmian organizacyjnych – źródła i zapobieganie.
6. Zasady wyceny bilansowej w rachunkowości przedsiębiorstw.
7. Cele i metody kalkulacji kosztów.
8. Procedury ewidencyjne ustalania wyniku finansowego: porównawczo i kalkulacyjnie.
9. Analiza efektywności ekonomiczno – finansowej przedsiębiorstwa (obszary i podstawowe mierniki).
10. Efektywność a wypłacalność przedsiębiorstwa – interpretacja problemu i przykłady wzajemnego oddziaływania.
11. Cele marketingowe komercyjnych witryn internetowych.
12. Różnice pomiędzy marketingiem elektronicznym i tradycyjnym.
13. Rola mediów społecznościowych w oddziaływaniu marketingowym na klienta.
14. Innowacyjność gospodarki narodowej i czynniki ją determinujące .
15. Konkurencyjność gospodarek narodowych i czynniki ją determinujące.
16. Funkcje projektów w organizacjach.
17. Podstawowe cechy projektu.
18. Elementy składowe kapitału intelektualnego.
19. Budowanie przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa.
20. Bilans strategiczny – istota i cechy.
21. Konkurencja pośrednia a bezpośrednia - różnice.
22. Cele i zasady sporządzania biznes planu.
23. Formy prawne prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce.
24. Elementy składowe Modelu Biznesowego Canvas.
25. Istota i etapy data mining.
26. Pojęcie algorytmu w przetwarzaniu informacji - zastosowanie, wady i zalety.
27. Cele analizy ryzyka w projekcie.
28. Podstawowe narzędzia planowania w projekcie.
29. Style kierowania - typy, kryteria wyodrębnienia.
30. Istota i rodzaje technik motywacyjnych.
31. Racjonalność w podejmowaniu decyzji i jej ograniczenia.
32. Znaczenie wyznaczania celów w zarządzaniu.
33. Znaczenie zaufania w kierowaniu organizacją.

34. Rola wspólnot praktyków w organizacji.
35. Pojęcie procesu produkcyjnego.
36. Różnica między procesem produkcyjnym a procesem technologicznym.
37. Zarządzanie ryzykiem - istota i rodzaje.
38. Metody zarządzania ryzykiem.
39. Charakterystyka pojęć: gra, decyzja, gra decyzyjna.
40. Zastosowanie gier decyzyjnych w praktyce gospodarczej – przykłady.
41. Cele i instrumenty polityki innowacyjnej UE.
42. Mierniki innowacyjności w UE.
43. Regionalne specjalizacje inteligentne jako narzędzie rozwoju innowacyjności.
44. Stymulowanie przedsiębiorczości innowacyjnej na poziomie lokalnym.
45. Cechy rynku przemysłowego.
46. Specyfika marketingu mix w usługach.
47. Czynniki wpływające na zachowanie konsumenta.
48. Istota innowacji społecznych.
49. Etapy procesu innowacji.
50. Znaczenie zarządzania wiedzą w innowacyjności.
51. Wsparcie instytucjonalne dla innowacji.
52. Metody poszukiwania rozwiązań innowacyjnych.
53. Zarządzanie marketingowe a zarządzanie marketingiem.
54. Pojęcie, rodzaje i zakres planów marketingowych.
55. Poziomy marketingowego planowania strategicznego i ich rola w procesie planowania.
56. Cechy koncepcji zarządzania marketingowego.
57. Istota i specyfika badań jakościowych i ilościowych.
58. Cele budowania relacji z klientem .
59. Istota marketingu relacji.
60. Zarządzanie relacjami z klientem.

Gdynia, dnia 11 lutego 2019 roku.